

УДК 338.242.2

Погребняк Д.В.,

Національного університету харчових технологій

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МЕТОДІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

THEORETICAL ASPECTS OF METHODS OF ESTIMATION OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

У статті досліджено основні методи оцінки конкурентоспроможності підприємств, проаналізовано переваги та недоліки кожного з них. Узагальнено підходи до їх використання.

В статье исследованы основные методы оценки конкурентоспособности предприятий, проанализированы преимущества и недостатки каждого из них. Обобщенно подходы к их использованию.

In this paper the current competitiveness is defined as the ability of an economic entity to make a profit on invested capital in the short term, not below the specified yield and the author is considered as the ratio of the current aggressive strategy to the desired level of aggressiveness in the future (strategic norm).

It was determined that the vast majority of methods based on identifying factors that determine the competitiveness of enterprises, with emphasis on the detection limit of these factors, the creation of an exhaustive list.

It was refined classification of existing methods for assessing the competitiveness of businesses.

It was noted that a number of methods in assessing the competitiveness of enterprises is based on very complex idealized constructions. Although the logical validity of theoretical models used no doubt in specific economic conditions of the particular business entity, these models appear to be very abstract. It was shown that in some cases not only impossible to make accurate quantitative assessment of a proposed option, and quite difficult to give him a clear definition.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, методи оцінки, критерії, підходи.

Вступ. Актуальність проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємств зростає в результаті інтеграції України в міжнародні організації і подальшого розвитку ринкової економіки. Проблема оцінки конкурентоспроможності підприємства передбачає визначення основних функцій конкуренції, до яких належать: визначення ринкової вартості товару у процесі конкурентної боротьби; стимулювання впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво як засобу підвищення життєздатності підприємства та отримання переваг над конкурентами; сприяння вибору найефективніших форм власності та господарювання; формування високоефективних конкурентних структур ринку. Мінливі конкурентні умови потребують від підприємств вчасного відповідного реагування на зміни, що відбулися [3]. Конкуренція є визначальним фактором

впорядкування цін, стимулом інноваційних процесів (запровадження у виробництво нових винаходів та технологій). Вона сприяє витісненню з виробництва неефективних підприємств, раціональному використанню ресурсів, запобігає диктату виробників монополістів по відношенню до споживача.

Дослідженню теоретичних проблем конкуренції, конкурентних стратегій, конкурентоспроможності, конкурентних переваг підприємств та методів їх оцінки присвячені праці відомих закордонних і вітчизняних вчених (зокрема, Д.Аакера, Г.Азоева, О.А. Амоші, У.Бролля, Дж. Ванека, А. Гальчинського, В. Гейця, А.Градова, Д. Довганя, К.Ерроу, П. Забеліна, О. Зозульова, Ю. Іванова, Т. Комісарової, І. Кравіса, Ж.-Ж. Ламбена, Т. Льовітта, В. Немцова, М. Перлітта, М. Познера, М. Портера, В. Прем'єра, Р. Фатхудінова).

Постановка завдання. Поряд з теоретичними дослідженнями сутності конкуренції та конкурентоспроможності в економічній літературі давно обговорюється проблема практичної оцінки конкурентоспроможності. Можна констатувати, що в питаннях оцінки конкурентоспроможності продукції на сьогоднішній день досягнуті певні успіхи, розроблені цілком прийнятні методики оцінки конкурентоспроможності ідентичних товарів та послуг. Складніша справа з оцінкою конкурентоспроможності підприємств. Незважаючи на те, що певні кроки в цьому напрямку робилися і робляться, універсальної методики комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства в даний час немає.

У той же час потреба в оцінці конкурентоспроможності того чи іншого підприємства існує. Вивчення конкурентів та умов конкуренції в галузі потрібно підприємству в першу чергу для того, щоб визначити, в чому його переваги і недоліки перед конкурентами, і зробити висновки для вироблення підприємством власної успішної конкурентної стратегії і підтримки конкурентної переваги. Визначення конкурентоспроможності підприємства є невід'ємним елементом діяльності будь-якого господарюючого суб'єкта.

Методологія. Як основний метод дослідження застосовувався системний аналіз проблем, окреслений актуальністю роботи. Також використовувалися методи економіко-математичного моделювання, математичної статистики, факторного аналізу, експертних оцінок та інші.

Результати дослідження. Оцінка конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта необхідна з метою:

- розробки заходів по підвищенню конкурентоспроможності;
- вибору контрагентів для спільної діяльності;
- складання програми виходу підприємства на нові ринки збуту;
- здійснення інвестиційної діяльності;
- здійснення державного регулювання економіки.

Основним завданням кожного економіста, який вивчає проблему оцінки конкурентоспроможності підприємств, є відшукування критеріїв конкурентоспроможності, її джерел і чинників. Аналіз економічної літератури з даної тематики дозволяє виділити кілька підходів до вирішення сформульованої задачі.

Матричний метод [6;7]. Даний підхід базується на маркетинговій оцінці діяльності підприємства і його продукції. В основі методики - аналіз конкурентоспроможності з урахуванням життєвого циклу продукції підприємства. Сутність оцінки полягає в аналізі матриці, побудованої за принципом системи координат: по горизонталі - темпи зростання / скорочення кількості продажів в лінійному масштабі; по вертикалі - відносна частка продукції підприємства на ринку. Найбільш конкурентоспроможними вважаються ті підприємства, які займають значну частку на швидко зростаючому ринку.

Переваги методу: при наявності інформації про обсяги реалізації та відносних частках ринку конкурентів метод дозволяє забезпечити високу репрезентативність оцінки.

Недоліки методу: виключає проведення аналізу причин того, що відбувається і ускладнює вироблення управлінських рішень, а також вимагає наявності достовірної маркетингової інформації, що тягне необхідність відповідних досліджень.

Методи, засновані на оцінці конкурентоспроможності продукції підприємства [1;2;4]. Ця група методів базується на судженні про те, що конкурентоспроможність підприємства тим вища, чим вища конкурентоспроможність його продукції. Для визначення конкурентоспроможності продукції використовуються різні маркетингові та кваліметричні методи, в основі більшості яких лежить знаходження співвідношення ціна-якість.

Розрахунок показника конкурентоспроможності по кожному виду продукції ведеться з використанням економічного і параметричного індексів конкурентоспроможності. У свою чергу, зазначені індекси визначаються шляхом підсумовування приватних індексів по кожному оцінюваному параметру з урахуванням вагових коефіцієнтів.

Кожен з приватних індексів по відповідному параметру приймається як відношення фактичного значення оцінюваного параметра до значення відповідного показника конкуруючої продукції (чи іншої продукції, обраної за базу порівняння). При цьому параметричний індекс визначається на основі оцінки технічних (якісних) параметрів продукції, економічний - вартісних. Перелік вартісних і технічних параметрів, а також вага кожного з параметрів встановлюється експертним шляхом. Зокрема, в ряді методів в якості одного з

вартісних параметрів розглядається величина витрат з післяпродажного обслуговування продукції.

Параметричний і економічний індекси конкурентоспроможності дозволяють розрахувати інтегральний показник конкурентоспроможності розглядатися продукції по відношенню до конкуруючої продукції. Він визначається як відношення параметричного індексу до економічного.

Показники конкурентоспроможності обчислюються за кожним видом продукції підприємства. Далі визначається коефіцієнт конкурентоспроможності самого підприємства: перебуває середньозважене значення серед показників по кожному виду продукції, де в якості ваг виступає обсяг реалізації відповідного виду продукції.

До безперечних переваг даного підходу можна віднести те, що він враховує одну з найбільш важливих складових конкурентоспроможності підприємства - конкурентоспроможність його продукції. До недоліків - те, що він дозволяє отримати досить обмежене уявлення про переваги і недоліки в роботі підприємства, оскільки конкурентоспроможність підприємства приймає вид конкурентоспроможності продукції і не зачіпає інші аспекти його діяльності. Крім того, визначені нарікання викликає зведення конкурентоспроможності продукції до оцінки співвідношення ціна-якість, не враховує ступінь інновативності продукції, що має істотне значення при позиціонуванні продукції на ринку.

Методи, засновані на теорії ефективної конкуренції [5;8;9]. Відповідно до цієї теорії, найбільш конкурентоспроможними є ті підприємства, де найкращим чином організована робота всіх підрозділів і служб. На ефективність діяльності кожної зі служб впливає безліч чинників - ресурсів підприємства. Оцінка ефективності роботи кожного з підрозділів передбачає оцінку ефективності використання ним цих ресурсів. В основі підходу лежить оцінка групових показників або критеріїв конкурентоспроможності.

Суть підходу полягає в бальній оцінці здібностей підприємства по забезпеченню конкурентоспроможності. Кожна з сформульованих в ході попереднього аналізу здібностей підприємства по досягненню конкурентних переваг оцінюється експертами з точки зору наявних ресурсів. При цьому склад і структура оцінюваних здібностей значно варіюють у різних методиках: від показників собівартості і фінансової стійкості до здатності підприємства адаптуватися до нововведень.

Надалі, залежно від методу, з метою оцінки конкурентоспроможності підприємства отримані експертні оцінки піддаються різної математичній обробці. Найчастіше показник конкурентоспроможності підприємства знаходиться шляхом обчислення середньозваженого значення з отриманих експертних оцінок з урахуванням питомої ваги, яка відводиться кожній з оцінених здібностей в досягненні конкурентних переваг підприємства.

До переваг даного підходу слід віднести облік вельми різносторонніх аспектів діяльності підприємства. У той же час лежить в основі підходу посилення про те, що показник конкурентоспроможності підприємства може бути визначений шляхом елементарного підсумовування здібностей підприємства до досягнення конкурентних переваг, є недоведеним, оскільки сума окремих елементів складної системи (якою є будь-яке підприємство), як правило, не дає того ж результату, що і вся система в цілому.

Комплексні методи [10]. Методи, віднесені до даного підходу, визначені як комплексні в силу того, що оцінка конкурентоспроможності підприємства в рамках кожного з методів ведеться на підставі виділення не тільки поточної, а й потенційної конкурентоспроможності підприємства. В основі підходу лежить твердження, відповідно до якого конкурентоспроможність підприємства є інтегральна величина по відношенню до поточної конкурентоспроможності та конкурентного потенціалу.

Поточна і потенційна конкурентоспроможність і їх співвідношення в рамках інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства в залежності від методу можуть змінюватись. Так, у ряді випадків поточна (реальна) конкурентоспроможність визначається на підставі оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства, потенційна - за аналогією з методами, заснованими на теорії ефективної конкуренції.

В рамках даного підходу становить інтерес метод Забеліна [5], де автор розглядає конкурентоспроможність підприємства як адитивну функцію поточної конкурентоспроможності підприємства та його конкурентного потенціалу з ваговими коефіцієнтами.

Поточна конкурентоспроможність підприємства, у свою чергу, визначається як здатність господарюючого суб'єкта приносити прибуток на вкладений капітал в короткостроковому періоді не нижче заданої прибутковості і розглядається автором як відношення агресивності існуючої стратегії до необхідного в майбутньому рівнем агресивності (стратегічний норматив).

Конкурентний потенціал - потенційна можливість (поточні передпосилання) зберігати або збільшувати конкурентоспроможність у довгостроковому періоді, на нашу думку вбачається як відношення поточного потенціалу підприємства до оптимального потенціалу (норматив можливостей), що задається рівнем майбутньої нестабільності зовнішнього середовища.

Вагові коефіцієнти показують частку сукупних стратегічних капітальних вкладень, які йдуть відповідно на вкладення в стратегію і потужності (витрати на стратегічне планування, дослідження ринків, розробку нової продукції і запуск її в серійне виробництво, будівлі та обладнання, збутову мережу, маркетинг); вкладення в потенціал підприємства (наймання та навчання

персоналу, придбання технологій, витрати на створення функціональних служб і т. п.).

Визначення кожного з розглянутих вище показників у рамках даного методу здійснюється експертним шляхом на підставі різних оціночних таблиць і матриць.

До переваг підходу слід віднести те, що він враховує не тільки досягнутий рівень конкурентоспроможності підприємства, але і його можливу динаміку в майбутньому.

Як недолік даної групи методів слід відзначити те, що конкретні способи і прийоми, які використовуються при визначенні поточної і потенційно конкурентоспроможності в кінцевому рахунку відтворюють методи, використовувані в розглянутих раніше підходах, що спричиняє і недоліки відповідних підходів.

Зауважимо, що жоден з існуючих підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств не знайшов широкого застосування в практиці економічного аналізу. Це дозволяє зробити висновок про те, що універсальної методики комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства в даний час не існує. На наш погляд, це обумовлено тим, що запропоновані підходи мають цілу низку недоліків.

Крім приватних недоліків, зазначених раніше, аналіз існуючих підходів дозволяє відзначити такі загальні недоліки представлених методів.

Переважна більшість методик ґрунтується на виявленні факторів, що визначають конкурентоспроможність господарюючих суб'єктів, при цьому наголос робиться на виявленні максимальної кількості цих чинників, створенні їх вичерпного списку. Далі виділені фактори обробляються за допомогою різних математичних методів.

Однак, як було показано раніше, система факторів конкурентоспроможності підприємства є відкритою, а безліч елементів цієї системи - нечітким. Дійсно, оцінюючи трудові ресурси підприємства, можна прийти до висновку про залежність ефективності праці від психофізіологічної благополуччя працівників, а значить, в тому числі, і від рівня розлучень в конкретної місцевості. Розглядаючи виробничі можливості підприємства, приходимо до висновку про залежність технологічного потенціалу підприємства від рівня фінансування наукових програм в державі, а значить - ступеня наповнюваності бюджету.

Подібним чином (коли поглиблення аналізу призводить до неймовірним зростанням кількості факторів) справа йде по усіх напрямках дослідження господарюючого суб'єкта: фінанси, виробничо-економічний потенціал, трудові ресурси, конкурентне середовище і так далі. Можна стверджувати, що, в кінцевому підсумку, вся сукупність випадкових і закономірних елементарних подій, що відбуваються в досліджуваному просторі, в тій чи

іншій мірі впливає на конкурентоспроможність підприємства. Таким чином, кількість чинників конкурентоспроможності практично нескінченна кількість, отже, як би не був великий їх перелік, він все одно не буде вичерпним, а значить, і заснована на такому неповному переліку оцінка конкурентоспроможності підприємства буде неадекватною. У результаті всі існуючі переліки чинників конкурентоспроможності є досить умовними, що не дозволяє використовувати їх для оцінки конкурентоспроможності підприємств. Ставлячи на перше місце вичерпний перелік факторів конкурентоспроможності підприємства, дослідники потрапляють у безвихідь, оскільки такий перелік неможливий в принципі. Обмежений перелік обумовлюють обмеженість методу.

Навіть якщо б і вдалося встановити абсолютно повний перелік факторів конкурентоспроможності, то відповідно до теорії систем, оцінка властивостей об'єктів та на підставі оцінки гранично елементарних його складових в результаті не дає адекватної оцінки даного об'єкту, так як ці елементарні складові визначають властивості об'єкта не автономно, а в сукупності, у взаємодії один з одним, що не враховується при поелементній оцінці досліджуваного об'єкта. Крім цього, надмірне збільшення кількості факторів конкурентоспроможності (у разі теоретичного припущення можливості формування абсолютно повного переліку факторів) веде до того, що трудомісткість їх математичної обробки стає надзвичайно високою, а завдання зі збору необхідних даних - практично нездійсненною, що істотно знижує практичну застосовність подібних методів оцінки конкурентоспроможності підприємств.

Для оцінки виявлених дослідниками чинників конкурентоспроможності, а також визначення ряду інших показників використовуються приблизні оцінки, «експертні методи», які страждають суб'єктивністю і умовністю. Звичайно, у ряді випадків уникнути такого підходу неможливо, однак використання подібних оцінок як базового методу призводить до дуже слабкою математичного зв'язку вихідних умовних факторів з оцінюваним показником конкурентоспроможності.

У зв'язку з цим відзначимо і таке. Ряд методик при оцінці конкурентоспроможності підприємств ґрунтується на дуже складних ідеалізованих побудовах: вводяться нові для економічної науки визначення і показники, будуються різні матриці, вводяться нові системи координат і так далі. І хоча логічна обґрунтованість використовуваних теоретичних моделей не викликає сумніву, в конкретних економічних умовах конкретного господарюючого суб'єкта ці моделі постають як дуже абстрактні. У результаті цього в ряді випадків не тільки неможливо здійснити точну кількісну оцінку того чи іншого запропонованого параметра, а й зовсім складно дати йому чітке визначення. Все це істотно знижує можливість математичної обробки

введених категорій, а значить - і адекватної оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Певні нарікання викликає зведення різнорозмірних і неоднорідних показників (наприклад, рівня продуктивності праці та ймовірності банкрутства підприємства) в єдиний показник конкурентоспроможності господарювання суб'єкта. Тут економісти вводять коефіцієнти, визначаючи вагоме значення кожного з оцінюваних чинників, а в той же час і такі, що приводять в порядок розмірність показників. Однак застосовувані коефіцієнти в більшості випадків досить умовні, що тягне за собою неадекватність оцінки впливу тих чи інших факторів на конкурентоспроможність підприємства.

Висновки. *Наукова новизна дослідження* полягає у тому, що у статті проведена уточнена класифікація існуючих методів оцінки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

Теоретичне та практичне значення результатів дослідження. Більшість методик передбачає зіставлення практично ідентичних підприємств, що виробляють схожі товари і послуги та діючих у схожих економічних умовах. Разом з тим, розвиток товарно-грошових відносин призводить до все більшої диверсифікації підприємств, все більшої диференціації товарів і послуг, все більш посилюється, відмінностей в економічних умовах діяльності підприємств. Все складніше стає визначити чіткі географічні межі того чи іншого ринку, встановити перелік конкуруючих товарів і підприємств, що тягне за собою непримиримість подібних методик оцінки конкурентоспроможності підприємств.

Зазначені недоліки існуючих підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств обумовлюють невисокі можливості практичного застосування більшості з них. Основною причиною такого, за нашу думку, є недостатньо чітко визначення більшістю економістів поняття конкурентоспроможності підприємства та критеріїв оцінки цього показника.

Перспективи подальших наукових розробок за даним напрямом. Питання оцінки конкурентоспроможності вимагають більш детального вивчення, оскільки невирішеними залишаються проблеми вибору універсального показника і набору чинників конкурентоспроможності підприємства, а також подолання суб'єктивізму при її оцінці.

Література

1. Герчикова И. Н. Менеджмент.: [Уч. Пос.] / И. Н. Герчикова // М.: Банки и биржи, 2007. – 356 с.
2. Демченко А.А. Измерение конкурентоспособности предприятий отрасли: Теория и методы измерения/ А. А. Демченко// Курск: ГУИПП «Курск», 2010. – 87 с.
3. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: [Навч. Посібник] / І.З. Должанський, Т.О.Загорна.– К.: Центр навчальної літератури, 2006.– 384с.
4. Ершова И. В. Конкурентные стратегии технологически ориентированных предприятий. / И. В. Ершова// Екатеринбург: Изд-во УГТУ-УПИ-УПИ, 2009. – 151 с.

5. Забелин П.В. Основы стратегического управления. / П.В.Забелин// -М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2008. – 195 с.
6. Зозулёв А.В. Промышленный маркетинг: рыночная стратегия: [Учеб. пособ.] / А.В. Зозулёв. – К. : Центр учебной литературы, 2010. – 576 с.
7. Млотов Е. Принципы маркетингового исследования конкуренции на рынке. [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.marketing.spb.ru, 30.06.2000. – 35 с.
8. Портер М. Конкуренция: [Уч. Пос.] / М. Портер/ [Пер. с англ.]. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 495с.
9. Родионова В. Н. Организация производства на промышленных предприятиях в современных экономических условиях /В.Н.Родионова //- Воронеж, 2005. – 151 с.
10. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. / Р. А. Фатхутдинов // М.: ИНФРА-М, 2000. – 311 с.